Éric FAURE-GEORS
Marie GRANGER

Votre profil de communicateur

Questionnaire rédigé par Éric Faure-Geors
et Yves Penvern

**Collection « Votre profil de »
dirigée par Éric Faure-Geors**

© Groupe Eyrolles, 2011
ISBN : 978-2-212-54812-9
EYROLLES
Éditions d'Organisation

Sommaire

Le livre interactif : mode d'emploi VII

Préambule 1

1. Dis-moi ta question et je te dirai qui tu es 7
2. Décrypter votre profil 13
3. Le profil rond 19
4. Le profil Bleu, *Quoi-Combien* 23
5. Le profil Vert, *Quand-Comment* 37
6. Le profil Rouge, *Qui-Avec qui-Pour qui* 49
7. Le profil Orange, *Pour quoi-Vers où* 63
8. Gérer le choc des couleurs et créer l'arc-en-ciel 77
9. La communication en 4 couleurs 89
10. Du « cerveau gauche » au « cerveau droit » 97
11. Mental-Affectif 107
12. Résumé en tableaux 121

Annexe 125

Remerciements 127

© Groupe Eyrolles

Le livre interactif : mode d'emploi

Ce livre a une ambition : vous aider à améliorer vos aptitudes à la communication interpersonnelle.

La démarche :

1. comprendre comment vous fonctionnez, quel communicateur vous êtes ;
2. identifier à quel point d'autres fonctionnent différemment de vous ;
3. trouver comment optimiser vos aptitudes et mieux vous faire comprendre de tous vos interlocuteurs.

À cette fin, établissez votre « profil » en remplissant le questionnaire en ligne avant de lire cet ouvrage. Aussitôt terminé le questionnaire, vous recevrez immédiatement votre résultat, sous forme d'un fichier au format PDF imprimable à partir de tous les ordinateurs. Il vous parviendra sur l'adresse mail que vous aurez saisie en remplissant le questionnaire.

Une fois le document en main, vous êtes fin prêt à circuler à l'intérieur de ce livre pour avoir un commentaire personnalisé de votre profil.

Ce livre est à la fois un guide et une boussole. Loin des voyages organisés qui vous mènent, dans l'ordre de la première à la dernière page, ici, c'est vous qui inventerez votre parcours en fonction des résultats de votre profil.

Après l'introduction, lisez d'abord le premier chapitre qui détaille le principe de ce voyage. Vous y trouverez des indications pour comprendre la notion de profil et l'enjeu de cette expérience : ce que vous pouvez en attendre, ce qui se voit rapidement, ce qui s'explore

© Groupe Eyrolles

plus longuement, ce que vous pouvez en apprendre… À ce stade, vous êtes paré pour entrer dans le vif du sujet.

Passez ensuite au chapitre 2 pour découvrir les caractéristiques principales de votre profil.

Ensuite, allez directement vers le ou les chapitres (3 à 6) qui vous concernent et décrivent votre style de communicateur plus en détail. Explorez les différentes dimensions de votre profil. Celui-ci est forcément singulier et plus complexe qu'il n'y paraît au premier abord : lisez, laissez reposer, picorez, relisez, voyagez à votre gré, vous en retirerez toujours du nouveau.

Que mesure le questionnaire « Profil de communicateur » ?

Votre profil n'est PAS un test, le nombre de points est identique pour tous les profils (en l'occurrence 216 points). C'est un **inventaire** : Il ne mesure pas des performances. Il situe des **préférences.** Autrement dit, il ne vous dira pas si vous êtes bon, moins bon, ou mauvais communicateur, mais il va vous montrer quel genre de communicateur vous êtes, et comment les autres vous perçoivent.

Votre profil va prendre la forme d'un graphique. Il établira quels types d'arguments vous avez tendance à avancer naturellement et lesquels vous avez tendance à sous-exploiter. Il vous montrera aussi ceux que vous oubliez presque toujours, soit qu'ils vous semblent tellement évident que vous n'auriez pas l'idée de les formuler, soit que vous les jugiez sans intérêt, la malchance voulant parfois qu'ils soient les plus impactants pour vos interlocuteurs.

© Groupe Eyrolles

Préambule

« Mots dits soient les non-dits. »

Les ouvrages sur la communication sont légion. Mais à leur lecture, retrouvez-vous vos besoins précis clairement expliqués ? Trouvez-vous des conseils adaptés à votre mode de fonctionnement ?

Comprendre la communication, c'est d'abord comprendre la sienne. C'est seulement une fois ce point acquis que l'on peut efficacement s'intéresser et s'adapter à celle des autres.

Grâce à votre profil, vous allez situer précisément votre manière de communiquer, votre propre style.

Puis, vous pourrez explorer les solutions qui s'offrent à vous en respectant l'adage des voyageurs : « Pour savoir où l'on va, il faut savoir d'où l'on part. »

Communiquer : une évidence ?

On ne peut pas vivre sans communiquer. À deux, en groupe, et même seul, la communication est la trame de nos relations, la base de la vie en société.

Communiquer ne s'apprend pas, ou alors dans les tout premiers temps de la vie. Dès la très petite enfance, le bébé décrypte les intonations et différencie parfaitement l'expression de la tendresse, de l'impatience ou de la colère. Il est compétent pour comprendre attitudes, comportements, regards. Il communique bien avant de savoir parler.

À l'âge adulte, nous avons conservé, voire développé, cette formidable faculté. Nous comprenons spontanément le doigt qui ordonne, la main tendue qui demande, l'arrondi de l'épaule qui apaise, le cri de colère, les bras simulant le V de la victoire, le clin d'œil de conni-

© Groupe Eyrolles

vence, le dos voûté qui boude… Et bien souvent nous exprimons plus clairement nos émotions et sensations par des gestes, des regards ou des attitudes que par des paroles. La joie, le plaisir, la tristesse, la colère se lisent sur le visage et dans les intonations.

La communication est une aptitude équitablement répartie entre chacun d'entre nous. Un « taiseux » communique autant qu'un « tchatcheur ». Ce qui diffère entre ces deux personnages, c'est la façon dont ils communiquent et leur façon d'interpréter les informations qu'ils reçoivent de leur environnement, puisqu'ils ont une appréciation différente de ce qu'il est adéquat d'exprimer. Et il est probable que l'un et l'autre seront plus à l'aise avec des gens qui ont un mode de communication proche du leur.

Qui se ressemble…

Notre manière de communiquer, c'est notre manière d'être au monde. On construit ce rapport au monde, au fil des ans, par le tissage serré de nos relations, expériences, enseignements, croyances, environnement culturel.

Notre rapport aux autres, les interactions quotidiennes avec nos collègues dépendent de notre mode de fonctionnement. Untel dont on dit qu'il a une personnalité affirmée aura plutôt tendance à aborder les gens directement, tandis que son voisin de bureau, qui est plus effacé, attendra qu'on vienne le solliciter.

Chacun de nous accordera plus facilement sa confiance à quelqu'un qui lui ressemble qu'à quelqu'un de très différent de lui. Par exemple, M^me^ Yvain confie plus facilement des responsabilités dans son service à ses collègues de plus de 40 ans. Les jeunes gens fort compétents qui travaillent avec elle en conçoivent parfois du dépit.

Et M. Durand, quand il a recruté son équipe, a préféré des gens ayant le même type de diplômes que lui, et parmi eux une majorité d'hommes. Quand on lui a fait remarquer cette similitude des profils, il a semblé surpris. Et quand on lui a indiqué que cette équipe ne reflétait pas du tout la population de l'établissement, il a haussé les épaules… Avant de défendre son choix bec et ongles, expliquant que c'était l'équipe avec laquelle il pouvait arriver au résultat fixé.

© Groupe Eyrolles

… S'assemble…

Constituer une équipe se fait bien plus souvent par affinité que par complémentarité. Si M. Durand a choisi ses collaborateurs sur ces (ses) critères, c'est qu'il pense instinctivement que travailler avec eux sera plus simple pour lui, qu'ils vont rapidement se comprendre, partager leur vision du problème, trouver un langage commun, et être efficaces. Effectivement, si efficacité = rapidité, alors c'est gagné. Ils iront vite, ensemble.

Si l'efficacité, c'est trouver des solutions qui puissent convenir ou s'appliquer à tous les salariés d'un établissement, alors on peut douter du résultat. Considérer le problème de la même façon conduit à trouver les mêmes réponses. Les solutions que proposera l'équipe de M. Durand correspondront-elles aux besoins d'un ensemble constitué d'hommes et de femmes tous différents ? Et la manière dont M. Durand et son équipe proposeront de résoudre une crise sera-t-elle compréhensible pour tous ceux qui sont concernés ?

… Et c'est bien là le problème !

Cette tendance à se regrouper avec ceux qui « fonctionnent » comme nous est inconsciemment fondée sur la ressemblance des styles de communicateur. Il est plus simple, et plus satisfaisant de prime abord, de travailler avec des gens qui ont les mêmes priorités, les mêmes manières de s'exprimer, les mêmes évidences.

Et nous voilà confortés dans l'idée que nous communiquons tous de la même façon… Idée ô combien erronée !

Comprendre la différence

Nous interprétons toujours ce qu'un autre exprime en fonction de notre prisme. Et nous oublions ainsi une vérité aussi basique que fondamentale : l'autre est dif-fé-rent.

Chacun considère comme évidente, et évidemment partagée, sa façon de comprendre un discours, un dialogue, une discussion. Pourtant, si on demandait à cinq personnes d'en faire une synthèse, on obtiendrait cinq comptes-rendus différents, développant des idées diverses et parfois diamétralement opposées !

© Groupe Eyrolles

C'est ce qui arrive dans toutes les activités professionnelles. Par exemple, demandons à un consultant de définir ce que serait une bonne mission…

Pour Lila il est évident qu'une mission avec Paul, c'est une bonne mission, parce que Paul est clair, carré, compétent, agréable… Pour Catherine, une bonne mission, c'est du chiffre d'affaires avec une bonne marge. Pour Mourad, une bonne mission, c'est celle qui suit la précédente, sans « trou » dans son planning, alors que pour Gilles, une bonne mission permet de travailler sur les sujets qui lui tiennent à cœur. Yolaine trouve qu'une bonne mission permet de développer son réseau dans l'univers professionnel dans lequel elle veut faire reconnaître son expertise.

Chacun d'eux conçoit la « bonne mission » comme une évidence. Et quand Catherine propose une bonne mission à Gilles, elle ne comprend pas qu'il renâcle à travailler sur un sujet qui ne le passionne pas. Et Mourad qui a proposé à Lila une mission qui s'enchaînait directement sur sa précédente ne comprend pas qu'elle préfère attendre une hypothétique mission qui pourrait se faire avec Paul… À chaque fois, il y a incompréhension, parce qu'ils n'ont pas la même idée de la « bonne mission », ils n'ont pas les mêmes priorités, leurs critères de choix sont différents.

Le quiproquo, ennemi public numéro 1

À chaque fois que quelqu'un agit de manière incompréhensible pour nous, il y a rupture de sens. Elle est d'autant plus indéchiffrable que nous croyons parler la même langue. Faisons un test : quel sens donnez-vous au mot « valeur » ?

Pour vous, ce mot est-il associé à une qualité humaine ? Est-il connecté sur le CAC 40 ? Évoque-t-il un objet précieux ? Parle-t-il de tradition ancestrale à transmettre ? Ah ! Vous n'aviez pensé qu'à un seul de ces trois sens ? Alors vous venez de vivre une rupture de sens en direct !

Les pires problèmes relationnels ne naissent pas de désaccords fondamentaux, mais de sens non partagé. On n'est pas « en phase », on ne parle pas de la même chose. Et, surtout, on ne le sait pas, on n'en est pas conscient ! Les ingrédients sont donc réunis pour rendre tout accord impossible.

© Groupe Eyrolles

À l'inverse, on repère vite quelqu'un qui émet des signaux clairement identifiables pour soi. Quelqu'un avec qui on parle de la même chose, avec qui on partage des évidences.

Gilles qui est passionné par son métier a été ravi de rencontrer Yolaine qui est passionnée par l'univers dans lequel elle développe son expertise. Ils se sont trouvé des points communs, même s'ils travaillent dans des mondes très différents. Ils se comprennent. Ils détectent vite les enjeux pour l'autre et ses critères de choix.

Ils partagent des évidences. Ils ont probablement des styles de communicateur proches.

Le sens se construit sur nos *allants-de-soi*

Dans la vie quotidienne, nous faisons beaucoup de choses qui nous semblent naturelles et que pourtant personne ne nous a jamais expliquées. Au travail, quand on rencontre un collègue et qu'on lui tend la main à hauteur du ventre, il tend la sienne en retour, se saisit de notre main, la secoue un peu. Cela semble évident pour l'un et l'autre qu'on est là en train de se dire bonjour. Ces évidences sont partagées par l'ensemble des gens avec qui nous vivons.

Quand vous allez chez le garagiste et qu'il vous tend le coude, vous savez que c'est une façon de tendre la main sans vous imposer le cambouis qui imprègne les siennes.

Chez un dentiste, celui qui ouvre la bouche et la tient ouverte pendant plusieurs minutes, c'est le patient. Celui qui a un masque sur la bouche, c'est le dentiste.

À la boulangerie, quand il y a plusieurs personnes qui attendent, elles sont généralement en rang par ordre d'arrivée. Et quand vous pénétrez dans la boulangerie, vous prenez la queue et attendez votre tour.

Ces *allants-de-soi* qui nous trompent

Nous sommes tous guidés continuellement par des évidences, des codes implicites qui nous permettent de « fonctionner » facilement avec les autres. Seulement voilà : ces évidences, nous les partageons plus ou moins avec les autres. Il y a des gens que nous « reconnaissons » et avec lesquels nous partageons beaucoup d'évidences et d'autres avec qui nous partageons seulement une

© Groupe Eyrolles

partie des évidences. Et nos préoccupations sont plus proches des premiers que des seconds.

Comment Yolaine qui a, chevillée au corps, la croyance qu'on travaille mieux dans une bonne ambiance, peut-elle comprendre le management de Catherine, pour qui d'évidence, instituer la concurrence dans l'équipe permet de mieux « performer » ? Comment Mourad, pour qui sauvegarder les traditions est une évidence, va-t-il comprendre, admettre, tolérer l'évidence de Gilles, qui est d'instituer le changement comme moteur de l'action ?

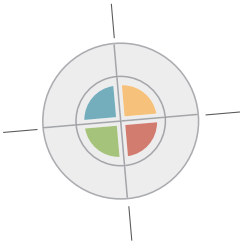
Ce livre ? Une clé de contact. L'intérêt d'établir votre propre profil de communicateur et de le décrypter, c'est de nommer, d'objectiver, d'expliquer vos *allants-de-soi*, de vous donner la clé de compréhension de ceux des autres… Parce que nos *allants-de-soi* sont le socle de notre mode de communication. Notre comportement avec les autres répond directement à nos évidences en matière de courtoisie, d'efficacité, de clarté…

Et vive la diversité des profils !

Dans les équipes qui rassemblent des profils de communicateur différents, on constate des capacités multiples pour balayer tous les champs d'un sujet. Ce type d'équipe peut déployer des ressources couvrant un champ large dans différents registres : imagination, création, rationnel, réalisme, sens pratique, finalisation, et tout cela en équipe, en tenant compte des gens. C'est le résultat d'une complémentarité utile et efficace. Mais c'est évidemment aussi source de « frottements », d'incompréhensions, de malentendus. Ce qui fait la force de l'équipe diverse porte en germe les ingrédients du conflit qui pourrait la détruire. Parce qu'en fonction de son profil, chacun construit sa réflexion sur des *allants-de-soi* différents, et ce qui semble évident à l'un est parfois inimaginable pour l'autre.

Pour fonctionner, la diversité nécessite de l'attention. Son efficacité se construit jour après jour, par la négociation des équilibres internes. C'est une sorte de bricolage quotidien des relations pour que chacun trouve sa place. Ce qui suppose de comprendre le plus finement possible le « fonctionnement » des uns et des autres.

© Groupe Eyrolles



1

Dis-moi ta question et je te dirai qui tu es

Qu'est-ce que la communication ? C'est essentiellement répondre à des questions, celles des autres… et celles que nous nous posons à nous-mêmes.

Notre mode de questionnement personnel révèle, ou trahit, nos préoccupations profondes. Notre manière de regarder une situation, les questions que nous nous posons spontanément face à une nouveauté ou face à une difficulté, indiquent notre façon d'appréhender l'univers qui nous entoure. En identifiant nos « questions prioritaires », nous cernons nos centres d'intérêt, nos préoccupations, nos *allants-de-soi*.

Ainsi, l'insistance à se demander « *Tu le connais* ? » révèle que, pour Pierre, la personnalité des gens est importante. « *Comment ça marche ?* » : indique que Pauline a l'esprit pratique. « *Décris-moi le problème ?* » : montre que Nadine privilégie l'objectivité… Mon questionnement exprime ce dont j'ai besoin pour savoir, comprendre, décider, agir…

La question, GPS de la communication

Mises à part les questions de pure convenance : « *ça va ?* », « *ça marche ?* », « *ça a été aujourd'hui ?* », le point d'interrogation couvre tout le champ d'intérêt, de l'éphémère à l'éternel, de « *combien elles coûtent, vos fraises ?* », à « *qui suis-je vraiment ?* ».

Chaque question est la vitrine de nos réflexions « *où va le monde ?* », de nos peurs « *comment va-t-on faire ?* », de nos préoccupations « *comment tu te sens aujourd'hui ?* », de nos émotions « *tu me comprends ?* »…

© Groupe Eyrolles

Votre profil est la boussole de votre communication. En vous situant, elle vous dit comment améliorer vos relations et fluidifier votre communication personnelle et professionnelle. Sa première vertu est de vous doter d'une grille de lecture pour devenir un meilleur « décrypteur » du discours des autres… La deuxième est de vous doter des arguments et du langage adapté à chaque interlocuteur…

Votre profil de communicateur en questions

Au fil du temps, chacun met en place son propre mode d'emploi relationnel. Si vous y pensez quelques instants, vous savez décrire la manière de communiquer de ceux qui vous entourent. Beaucoup de traits de caractères s'expriment dans les modes de communication.

Des exemples autour de vous ?

Il y a ceux qui communiquent de manière rationnelle, distanciée.

Ils s'intéressent aux faits, aux chiffres, aux aspects techniques. Pour eux, communiquer, c'est transmettre de l'information. Ils aiment mesurer, évaluer. Ils apprécient la précision. Pas bavards, ils s'expriment quand ils estiment que c'est nécessaire.

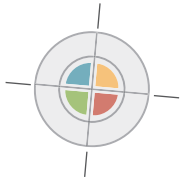
Ils demandent souvent :

- *Venons-en au fait !*
- *Quel est votre diagnostic ?*
- *C'est simple, on prend en compte les chiffres et avec un tableur nous aurons la réponse.*

Il y a ceux qui communiquent sur leurs préoccupations concrètes.

Ils évoquent d'abord ce qui pourrait ne pas marcher, ce qui leur fait craindre telle ou telle chose. Ils cherchent à prévoir et à prévenir tous les problèmes possibles. Ils cherchent à baliser le terrain pour que tout se passe comme prévu.

© Groupe Eyrolles



Ils demandent souvent :

- *Êtes-vous sûr de ce que vous avancez ?*
- *Comment va-t-on faire ?*
- *Pourquoi on ne fait pas comme la dernière fois ?*

Il y a ceux qui sont « interactifs ».

Leur mode de communication est tourné vers les gens et leurs centres d'intérêt vont vers les relations. Ils aiment parler, échanger, donner des nouvelles des uns et des autres. Ils peuvent être bavards, parce que l'échange est essentiel pour eux. Il y a de la chaleur dans leur façon de communiquer.

Ils demandent souvent :

- *Comment le sens-tu ?*
- *As-tu demandé à Paul ce qu'il en pense ?*
- *Ce n'est pas si simple, voyons si l'idée plaît à tous...*

Et puis, il y a ceux qui communiquent sur l'avenir.

Ils parlent projets, idées pour la suite, rêves. Ils aiment les images, les métaphores. Ils ont besoin de changement, d'évolution, de se sentir libres. Ils sont parfois enthousiastes.

Ils demandent souvent :

- *En gros, c'est quoi l'idée ?*
- *Quelle est la tendance ?*
- *Si on essayait autre chose ?*

La « recette » du profil de communicateur

Notre mode de questionnement révèle nos préoccupations et traduit notre manière d'appréhender une situation. Nos questions prioritaires appartiennent au solfège de la communication qui se compose de huit questions : Quoi ? Combien ? Quand ? Comment ? Qui ? Pour qui ? Où ? Pourquoi ? Elles couvrent le champ de ce qu'un être humain peut penser ou demander.

© Groupe Eyrolles

Faisons le tour de ces questions :

Quoi ? parle de données ou d'objets **Combien** ? parle de chiffres et de rendement	**Pour quoi ?** parle de causes et d'objectifs **Où ?** parle de lieux, d'orientation, de directions
Quand ? parle de temps et de délais **Comment ?** parle de moyens et de manière de faire	**Pour qui, avec qui ?** parle des autres et de nous **Qui ?** parle de moi et de mon monde intérieur

En établissant votre profil, vous évaluerez dans quelles proportions vous utilisez chacune des huit questions.

Nous avons donc des questions préférées, dont la réponse nous importe plus que les autres. Certaines reviennent plus souvent, voire beaucoup plus souvent, que les autres : elles sont au cœur de notre comportement, alors que d'autres restent en périphérie, ou même en lointaine banlieue de nos préoccupations.

« *Tu travailles avec qui en ce moment ?* » peut passer avant « *Tu fais quoi en ce moment ?* », ou « *Comment ça se passe en ce moment ?* ». Nous avons tendance à aborder toutes les situations nouvelles par nos questions prioritaires.

Inversement, il peut y avoir des questions que nous ignorons. Peut-être que « *Comment ça marche ?* » ou « *Tu as les chiffres ?* » relèveront, pour certains, de domaines accessoires. Alors que d'autres s'ennuient ferme en attendant que se termine la longue description du caractère ou des états d'âme de Ludivine ou Maxime, mais aimeraient connaître les idées produites par Ludivine et Maxime. Le « *Qui ?* » les motive peu le « où » beaucoup.

© Groupe Eyrolles

Ce que vous dites n'a aucune importance, seul compte ce que l'autre comprend

Le décryptage de votre profil est un bilan sur mesure qui vous montre comment vous vous y prenez pour communiquer. Il vous permet d'identifier vos *allants-de-soi*. Il démontre combien le mode de fonctionnement de chacun est différent de celui des autres.

Donc, votre bilan vous informera aussi sur la façon dont les autres vous perçoivent, comment ils entendent et interprètent ce que vous dites.

Sans doute cette grille de décodage vous donnera l'explication de certains comportements que vous avez vécus comme aussi étranges que mystérieux. Pourquoi l'un n'avait rien compris, l'autre s'était énervé sans raison, un troisième était resté de marbre face à mon argumentaire en béton ou un autre encore avait rêvassé pendant mon discours.

Pourquoi tant d'incompréhensions ? Parce que l'autre peut trouver l'essentiel futile, le passionnant ennuyeux, le primordial inintéressant.

Pour être plus efficace avec les autres

Notre quotidien consiste à vivre et travailler avec d'autres, différents de nous. D'autres qui ne s'intéressent pas aux mêmes choses que nous. D'autres qui ne se posent pas les mêmes questions que nous, et n'attendent pas les mêmes réponses. Pour vivre avec eux, il faut construire du *langage commun*. L'explication, l'argument de poids que vous donnez n'aura d'intérêt que s'il entre dans les préoccupations de l'autre, s'il répond à ses questions. Parce que, finalement, le seul argument valable, c'est celui qui convainc l'autre !

Une fois effectué votre bilan à l'aide du questionnaire en ligne, vous pourrez mettre en œuvre un plan d'action concret pour :

Agir sur vos « angles morts »

En sachant que ce qui est sans intérêt pour vous est peut-être un enjeu central pour d'autres. Être vigilant sur ces aspects permet d'établir des relations plus simples avec celui qui a un profil différent.

© Groupe Eyrolles

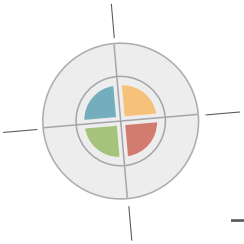
Agir sur vos allants-de-soi

Avoir identifié et pris conscience de ses *allants-de-soi* permet de donner aux autres un « mode d'emploi » de ce qui est incontournable pour vous. S'y référer explicitement nous protège de malentendus qui pourraient vite devenir conflictuels.

Agir sur votre perception de votre entourage

Observer votre entourage et prendre conscience que chacun possède un mode de fonctionnement différent est une école de la tolérance. C'est aussi un puits dans lequel puiser les arguments les plus adaptés pour convaincre telle ou telle personne de votre entourage. L'efficacité n'est pas de tenir le même discours à chacun, mais de s'adapter aux préoccupations des autres.

© Groupe Eyrolles



2
Décrypter votre profil

Votre profil est constitué de vos scores dans chaque couleur et de la forme qu'ils donnent à votre graphe.

Les scores dans chaque couleur

Au-delà de 50 points

Dans une couleur, un score supérieur à 50 points dépeint votre profil en positif. Vos préférences relèvent du comportement lié à cette couleur. Le chapitre qui lui est dédié vous concerne. Lisez-le en entier. Si votre score est supérieur à 75 points, vous y retrouverez les points essentiels de votre communication.

En deçà de 25 points

Un score inférieur à 25 points indique que le comportement décrit par cette couleur est peu présent dans votre profil. Ce registre ne vous intéresse pas, alors qu'il vous fera défaut. Et moins vous avez de points dans cette couleur, plus vous avez tendance à négliger, voire éviter, la dimension qu'il symbolise. Vous vous convaincrez alors que les aspects pratiques sont sans intérêt, que les dimensions stratégiques sont toujours fumeuses, ou encore que les chiffres, on leur fait dire ce qu'on veut.

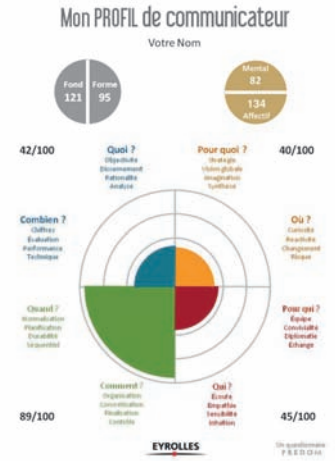
Lisez le chapitre de cette couleur pour comprendre son intérêt, son langage et découvrir comment vous améliorer dans cette dimension, comment mieux communiquer avec ceux pour qui elle est dominante.

La forme de votre graphe

Votre graphe peut avoir plusieurs formes. Sa forme détermine votre type de profil.

© Groupe Eyrolles

Profil un quart dominant (1 quart plus important que les 3 autres)



Votre profil montre un quart nettement plus prononcé que les trois autres. Vous avez un profil « typé ». Votre mode de fonctionnement est marqué, reconnaissable, facilement identifiable par ceux qui vous côtoient.

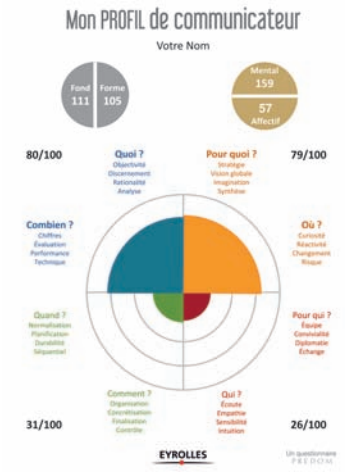
Avantage de votre profil ? Vos choix et vos motivations sont clairs pour vous comme pour les autres.

Inconvénient ? Vous ne laissez pas indifférent. Vous suscitez de l'incompréhension, de la méfiance voire de l'inimitié chez ceux qui ont un profil opposé ou très différent du vôtre. Mais si vous choisissez de fonctionner avec ceux qui vous ressemblent, ce qui vous paraîtra plus aisé, vous limiterez considérablement votre champ d'action.

- Lisez le chapitre dédié à votre couleur pour comprendre comment vous êtes perçu par les autres.
- Puis lisez les chapitres consacrés aux 3 autres couleurs pour réaliser pourquoi 3 personnes sur 4 ne vous comprennent pas toujours et inversement !

© Groupe Eyrolles

Profil en demi-cercle (2 quarts plus importants)



Votre profil montre deux quarts de cercle côte à côte. Vous pouvez avoir un profil penchant à gauche (Bleu + Vert), à droite (Rouge + Orange), en haut (Bleu + Orange) ou en bas (Vert + Rouge).

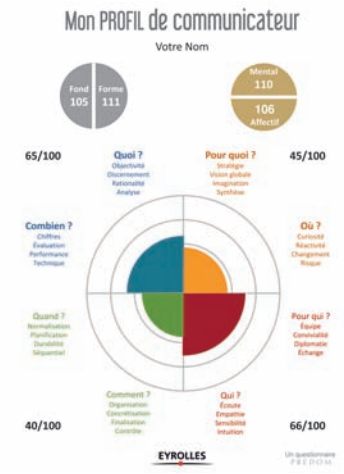
L'avantage de votre profil ? Vous avez un mode de fonctionnement clair, lisible par les autres. Vous identifiez aisément ceux qui ont un mode de fonctionnement proche du vôtre et vous êtes reconnaissable pour eux. Vous risquez même de fréquenter majoritairement des gens qui vous ressemblent en termes de profil.

L'inconvénient ? Vous risquez d'ignorer l'autre moitié du monde ! Les deux couleurs qui ne sont pas dans vos registres symbolisent des comportements que vous avez du mal à comprendre. Reportez-vous à leurs chapitres, cela vous éclairera !

- Lisez les chapitres de vos deux couleurs en faisant la part de ce qui vous concerne le plus dans chaque couleur.
- Les chapitres 10 ou 11 (selon votre profil) vous apporteront des compléments éclairants.

© Groupe Eyrolles

Profil diagonal
(2 quarts plus importants, en opposition)



Votre profil montre deux quarts opposés. Vous pouvez avoir un profil Bleu + Rouge ou Vert + Orange.

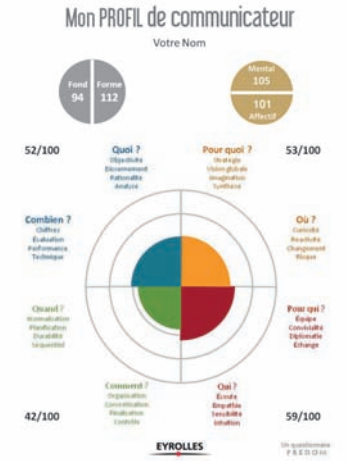
L'avantage de votre profil ? Vous pouvez comprendre et intégrer des modes de fonctionnement opposés.

L'inconvénient ? Vous êtes peu « lisible ». Certains vous trouvent difficile à comprendre. Parfois, il vous arrive de ressentir des tensions internes, entre les deux pôles opposés qui forment votre profil.

- *Lisez* les deux chapitres de vos deux couleurs et faites la part de ce qui vous concerne. Identifiez aussi les oppositions contenues dans votre profil.
- Dans le chapitre 8 vous trouverez un éclairage sur vos « malentendus » internes.

© Groupe Eyrolles

Profil rond (4 quarts plus ou moins égaux)



Vous avez à peu près les mêmes valeurs pour les 4 quarts du cercle. Vous avez un profil rond.

L'avantage de votre profil ? Vous avez une « plate-forme » commune avec tous les styles de communicateurs. Vous avez même du potentiel pour faciliter la communication entre personnes de profils différents.

L'inconvénient ? Il vous faut du temps pour faire des choix. Vous vous intéressez autant à tous les aspects d'un problème. Pour vous, aucun n'est plus important que les autres. Dans votre communication, l'enjeu est de se situer dans le bon registre. En aucun cas, un livre ne suffira à cerner la complexité de votre communication, mais vous trouverez ici des explications de votre grande variété de comportements.

- Lisez d'abord le chapitre 3.
- Ensuite vous irez « picorer » dans les chapitres des 4 couleurs. Elles vous concernent toutes.
- Enfin vous compléterez ce portrait « impressionniste » de vous-même avec les chapitres 10 : Gauche-Droit et 11 : Mental-Affectif.

© Groupe Eyrolles